

PRIMO PIANO

Solvency II, cambia l'Ufr

Dal primo gennaio 2018, Eiopa modificherà l'ultimate frame risk, uno dei tassi che definiscono il framework risk-free di Solvency II e che riflette le aspettative del tasso di interesse reale sul lungo termine (oltre 20 anni) e l'inflazione attesa. Insurance Europe lo aveva già detto in occasione della pubblica consultazione aperta da Eiopa lo scorso luglio, e lo ribadisce oggi: le modifiche dell'Ufr sono premature e potenzialmente dannose.

Secondo la federazione, non c'è alcuna necessità di modificare così presto all'Ufr, perché Solvency II ha già un approccio molto conservativo con diverse misure di salvaguardia. Eiopa, dal canto suo, aveva confermato che il tasso, attualmente al 4,2%, sarebbe rimasto invariato almeno fino alla fine del 2016: promessa mantenuta, anche se ora le cose cambieranno.

Insurance Europe fa notare che, come richiesto dalla Commissione Europea, gli assicuratori attualmente già valorizzano le passività a 50 anni, utilizzando un tasso di interesse di appena il 2,6%: uno scenario estremo che ha pochissime possibilità di verificarsi.

Insurance Europe auspica che, quando la Commissione europea riceverà le informative tecniche da Eiopa su questo particolare aspetto, terrà conto che in vista della revisione complessiva del regime, prevista nel 2020, si dovrebbero evitare cambiamenti di singoli aspetti della norma.

Fabrizio Aurilia

INNOVAZIONE

Intermediare la conoscenza

Il ruolo dei mediatori diverrà sempre più importante per preparare tanto le condizioni economiche quanto le condizioni fiduciarie delle persone. Questo il punto di vista del professor Andrea Cerroni, che spiega come la società della conoscenza costringa a delegare competenze risolutive: l'attribuzione di fiducia a esperti diventerà il pane quotidiano del cittadino del XXI secolo

Quelle attuali sono le generazioni che più hanno studiato. Eppure, spesso siamo disarmati di fronte alle esigenze più spicciolate della vita quotidiana: è il paradosso della *società della conoscenza*. Secondo il professor **Andrea Cerroni**, docente del dipartimento di sociologia e ricerche sociali dell'**Università Bicocca** di Milano, la conoscenza è un fenomeno cooperativo, che va considerata un bene comune. Per questo occorre investire sulla creatività di tutti, ivi compresi gli utilizzatori delle tecnologie: nella generale tendenza alla *co-production*, il ruolo di coloro che intermediario diverrà sempre più importante per preparare tanto le condizioni economiche quanto le condizioni fiduciarie. La società della conoscenza, sottolinea Cerroni in questa intervista, "costringe a delegare competenze risolutive, e persino la medesima stima dei rischi". Decisiva è già oggi, e più ancora lo diventerà, la capacità di assegnare criteri di attendibilità alle fonti dell'informazione e di creare un rapporto fiduciario centrato sul tempo medio-lungo della nostra vita, cioè quello entro il quale si svolgerà la nostra vita futura. Consapevoli di questo, bisogna ripartire, dall'attuale momento di crisi, consci delle potenzialità che abbiamo noi come individui, perché nel prossimo futuro, spiega il professore, la responsabilità collettiva sarà parte dell'utilità individuale, e la responsabilità individuale sarà parte dell'utilità collettiva.



Professor Cerroni, le innovazioni, che trovano applicazione in moltissimi ambiti, stanno trasformando le caratteristiche del mondo così come lo conoscevamo fino ad alcune decine di anni fa. Qual è il valore attraverso cui la ricerca scientifico-tecnologica riesce a plasmare la forma del mondo che conosceremo nei prossimi anni?

La ricerca ha tre valori diversi e fra loro interconnessi: il primo per la nostra vita individuale; il secondo per le relazioni che intessiamo con persone che conosciamo o che non conosceremo mai; il terzo, infine, per lo sviluppo della vita sul pianeta, nostra e di ogni altra specie. *(continua a pag. 2)*



INSURANCE REVIEW su LINKEDIN
Seguici sulla pagina cliccando qui

(continua da pag. 1)

Per quanto ci riguarda come individui, dobbiamo pensare per un attimo all'arco della nostra vita come a una bolla in due dimensioni: una spaziale, lunga quanto la distanza massima che abbiamo compiuto dal luogo della nostra nascita, e una temporale, lunga quanto la durata della nostra vita. La nostra vita media è più che raddoppiata in pochissimi secoli, mentre nei prossimi anni qualcuno di noi sbarcherà, probabilmente, sul pianeta Marte. Per giunta, stiamo anche lavorando di meccanica sulle dimensioni del singolo atomo. La nostra *bolla vitale*, il nostro orizzonte spazio-temporale, si è davvero espansa a dismisura in tutte le direzioni. Del cambiamento della qualità della nostra vita è persino scontato parlare: ognuno di noi può confrontare la realtà quotidiana con le proprie memorie, anche solo familiari. Semmai, è il nostro orizzonte intellettuale che è rimasto un po' indietro: la conoscenza di ciascuno di noi arranca dietro al profluvio di informazioni che ci piove addosso. È il paradosso della *società della conoscenza*: noi, le generazioni che più hanno studiato e che dispongono del maggiore stock di conoscenza, siamo disarmati di fronte alle esigenze più spicciole della vita quotidiana. Incapaci di sopravvivere con le nostre proprie forze, a differenza del contadino medio di mille anni fa. Questo è un chiaro sintomo del fatto che la conoscenza è un fenomeno cooperativo: la conoscenza collettiva è cresciuta molto di più di quella dei singoli. Ecco perché la conoscenza va considerata un bene comune, fra i più preziosi.

La robotica, che ai profani può apparire più come fantascienza che come scienza, trova sempre maggiori ambiti di applicazione, con risultati sempre più ambiziosi e stupefacenti. Quali saranno i lavori che potranno essere sostituiti dall'intelligenza artificiale?

In linea di massima, qualunque lavoro umano che possa essere sostituito dal lavoro automatico, prima o poi, lo sarà. È solo questione di tempo. E i ritmi di sostituzione del lavoro manuale, ripetitivo, routinario con macchine sempre più veloci e potenti stanno accelerando. In questo si può vedere, certo, una minaccia ai posti di lavoro attualmente esistenti, anche se, pare, i robot si potranno assicurare e per gli assicuratori questa potrebbe essere una buona notizia. Certamente non si può sperare che il lavoro umano necessario per progettare, installare, programmare e mantenere le nuove macchine possa fornire altrettanti posti di lavoro umano rispetto a quanti sono quelli distrutti dall'automazione. Troppo forte è l'incremento di produttività a fronte di un mercato planetario destinato, per forza di cose, a limitare il proprio consumismo. L'unico modo possibile per difendere e anzi ampliare il numero di posti di lavoro è creare nuovi prodotti e nuove tecnologie mai pensati finora: nuovi lavori che usino queste tecnologie in modo non previsto, per fare ciò che non era stato nemmeno pensato dal progettista. Se il *lavoro cattivo* pesante, noioso, ripetitivo (un tempo si sarebbe definito *alienante*) viene distrutto, potremmo allegrarci, purché venga creato a sufficienza *lavoro buono*.

(continua a pag. 3)

The advertisement features a background image of a winding road through a green landscape with several wind turbines under a blue sky with light clouds. In the top left corner is the ANAPA logo, consisting of a cluster of blue dots of varying sizes, with the text "Associazione Nazionale Agenti Professionisti di Assicurazione" above "ANAPA" and "Rete ImpresAgenzia" below it. The main text is in large, bold, sans-serif fonts. At the bottom, there are two white buttons with red and blue text.

ENTRA A FAR PARTE DI ANAPA!

INSIEME POSSIAMO ANDARE LONTANO!

CLICCA QUI PER ISCRIVERTI **CLICCA QUI RINNOVARE**

(continua da pag. 2)

Insomma, bisogna investire sulla creatività di tutti, ivi compresi gli utilizzatori delle tecnologie, visto che i progettisti hanno già il loro bel daffare a correr dietro ai ritmi dell'obsolescenza tecnologica, della competizione del mercato e dell'irrequietezza dei clienti. E in questa generale tendenza alla *co-production*, il ruolo dei *mediatori* diverrà sempre più importante per preparare tanto le condizioni economiche quanto le condizioni fiduciarie.

La società della conoscenza costringe a delegare competenze risolutive e, persino, la medesima stima dei rischi. L'attribuzione di fiducia a *esperti*, più o meno anonimi, diventa pane quotidiano del cittadino del XXI secolo.

A suo parere, le nuove tecnologie applicate in campo assicurativo potrebbero andare a sostituire il servizio e la consulenza offerto dalle reti di vendita?

La consulenza intesa come veicolo di informazione certamente sì. Ma diverso discorso vale per la consulenza come servizio di conoscenza. Decisiva è già oggi, e più ancora lo diventerà, la capacità di assegnare criteri di attendibilità alle fonti dell'informazione (ad esempio, del web); di suggerire le utilità specifiche per ciascuno di noi, che non siamo solo nicchie di mercato su cui operare nel tempo dell'immediatezza overnight, nel morde e fuggi degli *animal spirits*, ma soprattutto individui unici, dal percorso biografico complesso e irripetibile, con uno stile personale; e, infine, di creare un rapporto fiduciario centrato, come del resto tutti i legami di confidenza, sul tempo medio-lungo della nostra vita, cioè quello entro il quale si svolgerà la nostra vita futura.

Le innovazioni e le nuove scoperte sono il risultato di strategie messe a punto da vari settori industriali. Cosa ci si potrebbe aspettare, in termini di rivoluzione, dal comparto assicurativo?

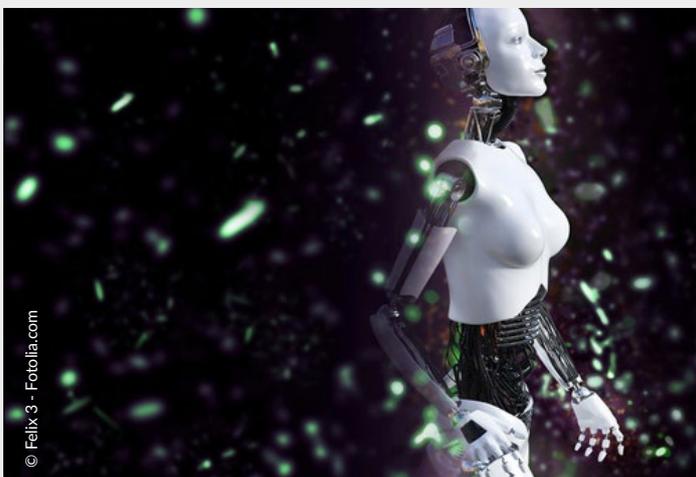
Cambieranno ancor più la durata e la qualità della nostra vita, il nostro modo di muoverci, di vivere il tempo di lavoro e il tempo libero, e persino il modo di distinguerli. Cambieranno i nostri gusti: avremo bisogni più personali che renderanno indistinguibile

ciò che attiene alla nostra mente da ciò che attiene al nostro corpo. Il piacere e l'insoddisfazione saranno tanto più personalizzati, quanto più sviluppati in relazione con i nostri *altri*, collettivamente. La nostra vita sarà sempre meno solitaria, anche se dovremo cogliere singolarmente gli stimoli per dare il nostro contributo personale alle collettività di cui facciamo parte (famiglia, azienda, comunità locale, metropoli, ecc.) che entrerà sempre di più nella nostra vita personale rendendo evanescenti (e dunque da difendere) i nostri spazi di solitudine, di meditazione, di incontro con noi stessi. In altre parole, chi opera nel settore assicurativo, dovrà confrontarsi con una società di individui unici e di bisogni di socialità. Certo, non si potrà mai assicurare la felicità di nessuno, anche se, in fin dei conti, è questo che ciascuno pretenderà dall'assicurazione.

L'intermediazione assicurativa italiana potrebbe avere, a suo parere, difficoltà conseguenti alla trasformazione della realtà odierna?

L'epoca verso cui stiamo correndo non è ancora stata né scritta né pensata da alcuno. Eppure è là che passeremo il resto dei nostri giorni. Dovremo dunque farci carico di una quota di pensiero creativo collettivo. Dovremo superare due ritardi. Per un verso, il tasso di crescita delle tecnologie mette in difficoltà l'elaborazione culturale, che ha bisogno dei tempi lenti della riflessione, della critica e dell'autocritica. C'è chiaramente un ritardo fisiologico della cultura, di quella delle pratiche quotidiane tradizionali non meno dell'elaborazione intellettuale, rispetto alla tecnologia. C'è però anche un ritardo delle tecnologie nei confronti delle aspettative, dei bisogni impliciti e delle speranze da esse stesse sollecitate. È anche vero, dunque, che la tecnologia ha bisogno della cultura. È un bel problema, non c'è che dire. Ma la soluzione c'è, e sta nel mediare quelle *due culture* che ci eravamo illusi di poter separare, nel nome di valori della tradizione o del progresso. Insomma, c'è molto da rifare, ma anche molto di completamente nuovo da fare. Appena questa crisi passerà, perché l'unica cosa che sappiamo per certo è che passerà, prima o poi, e nessuno sa come, ma ne usciremo, ebbene, allora saremo catapultati in un futuro nel quale potrà essere davvero affascinante vivere, se ci saremo attrezzati individualmente e collettivamente sin da oggi di tecnologie e cultura. Da questa consapevolezza dobbiamo ripartire, consci delle potenzialità che abbiamo noi come individui, con le nostre reti sociali, con la profondità del passato che è ovunque attorno a noi, e anche a un rapido sguardo ci abbraccia e ci chiama a responsabilità dinnanzi al futuro. Saremo in un'epoca in cui la responsabilità collettiva sarà parte dell'utilità individuale, e la responsabilità individuale sarà parte dell'utilità collettiva. Individui e collettività, passato, presente e futuro, ogni qui e ogni altrove andranno tutti mediati. Sono convinto che un grande ruolo lo avrà chiunque lavori nell'arte fine della intermediazione.

Carla Barin



NORMATIVA

La portabilità è anche sul dato

Il regolamento privacy europeo introduce un nuovo diritto relativo alle informazioni personali. Ecco, in sintesi, cosa prevede

La portabilità è, ormai da qualche anno, fortemente promossa dal legislatore. La troviamo declinata in vari settori: dalla telefonia, ai contratti di mutuo e alle polizze associate, alla classe di rischio. Le ragioni sono chiare: favorisce la concorrenza, perché elimina ostacoli tecnici e giuridici alla migrazione del cliente ad altro fornitore, il cosiddetto *vendor lock-in*.

Motivazioni analoghe sono alla base della portabilità dei dati personali: un diritto nuovo, assente nell'attuale codice privacy (d.lgs. 196/03): simile, ma diverso dal diritto di accesso (che rimane). Lo introduce l'art. 20 del Regolamento europeo n. 2016/679, noto anche come regolamento privacy europeo, in vigore dal 25 maggio 2016, ma applicabile dal 25 maggio 2018 (cfr. art. 99.2).

Cosa si intende

Va sottolineato che non viene in considerazione la portabilità di un rapporto contrattuale (es. assicurativo), ma la portabilità di informazioni.

Occorre estrarre una copia dei dati personali dell'interessato trattati con strumenti automatizzati e trasmetterla a quest'ultimo o a un qualsiasi terzo.

Va usato un formato strutturato, comune, interoperabile, leggibile da una macchina. Riguarda tutti i dati indipendentemente dalla loro mole e ciò presuppone una mappatura degli stessi e, dunque, un'adeguata programmazione in organizzazioni complesse.

È espressamente suggerita l'implementazione di strumenti per il download diretto, con la possibilità di introdurre filtri selettivi per categorie.

In quali casi va garantita

La portabilità opera solo per trattamenti basati su consenso o su contratto e trova, dunque, piena applicabilità al settore assicurativo.



I dati portabili

A poter essere *portate* sono le informazioni fornite o generate direttamente dall'interessato e a lui riferibili. Ne fuoriescono valutazioni, analisi e profili elaborati sull'interessato (per es. valutazioni espresse in perizie, punteggi, ecc). Sono, tuttavia, portabili i dati generati anche inconsapevolmente dall'interessato, come quelli misurati da dispositivi di *wellness* portatili o tracciati nei suoi spostamenti fisici o sul web.

Sono poi, ovviamente, portabili i contenuti di formulari e modelli riempiti dall'interessato, le email, la registrazione di eventi e fatti che lo riguardano, la sua documentazione medica.

Sono già disponibili le linee guida europee, la cui revisione è attesa in aprile. Il suggerimento è di utilizzarle come base per strutturare il prima possibile la propria organizzazione interna, specie se complessa.

Del resto, la portabilità rappresenta solo un frammento della nuova disciplina sul trattamento dei dati personali, cui bisogna adeguarsi per tempo. Estremamente elevate le sanzioni, ma ne parleremo in un prossimo articolo.

avv. Enrico Pelino,
www.griecopelino.com



Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl - Via Montepulciano 21 - 20124 Milano

T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it